

글로벌 건설기업의 해외 사업다각화와 경영성과



성유경 한국건설산업연구원 책임연구원

I. 서론

해외 건설시장에서 우리나라 건설기업은 지난 10년간 눈부시게 성장했으며, 앞으로도 기업이 지속적으로 성장하기 위해서는 현재의 플랜트 중심, 중동 중심의 사업구조에서 탈피해야 함이 언급되어 왔다. 이에 본고는 글로벌 건설기업의 해외 사업다각화를 기업의 경영성과와 관련지어 살펴보고, 해외 건설시장에서 다각화 전략이 유용할지에 대해 확인하고자 하였다.

분석 대상은 ENR에 해외 매출 실적을 발표하고 있는 250대 기업이며, 분석 기간은 해외 건설시장의 변동성이 커지기 시작한 2008년부터 2014년까지이다. 건설기업의 다각화는 지역다변화, 사업다각화(혹은 상품다각화), 서비스다각화, 공정다각화 등 여러 가지 유형이 있으며, 본 분석은 이중 사업다각화를 중점 분석하였다. 먼저 사업다각화와 지역다변화를 비교하였으며, 다음으로 사업다각화와 해외 매출의 상관관계를 분석하였다. 마지막으로는 다각화수준에 따라 기업을 구분하고, 각 기업군의 매출성장률과 수익률을 조사하였다.

II. 사업다각화와 지역다변화

기업의 다각화 방향은 크게 지역을 다양화하는 것과 상품을 다양화하는 것으로 나눌 수 있다. 해외 건설시장에서는 진출 지역의 다양화가 보다 유용한 효과를 가진 것으로 인식되어 왔으며, 이는 지역별 성장률과 상품별 성장률 비교를 통해 확인할 수 있다. 즉, 지역별 성장률은 상품별 성장률보다 격차가 크며, 다양한 지역에 진출해 있는 경우 기업이 보다 안정적인 사업구조를 갖춘 것으로 볼 수 있다.

분석기간인 2008년부터 2014년까지 해외 건설시장의 각 지

역은 큰 성장 차이를 보였다. 지역별 연평균성장률을 살펴보면, 아시아(12%), 중남미(14%) 시장은 10% 이상의 성장률을 보였고, 유럽(-2%) 및 중동(0%)은 0% 이하의 성장률을 보였다(그림 1). 반면 건설상품들은 평균과 유사한 성장률을 보였다. 건설상품에서 차지하는 규모 비중이 큰 석유화학시설(6%), 교통시설(5%), 일반건축(4%)의 연평균성장률은 지역별 성장률보다 적은 격차를 보였으며, 발전시설의 경우에만 13%의 높은 성장률을 보였다(그림 2). 대체적으로 지역별 연평균성장률은 건설상품별보다 큰 편차를 보이고 있었으며, 아시아, 중남미, 아프리카 지역으로 시장다변화를 추진한 기업은 사업다각화보다 높은 성과를 얻었을 것으로 판단된다.

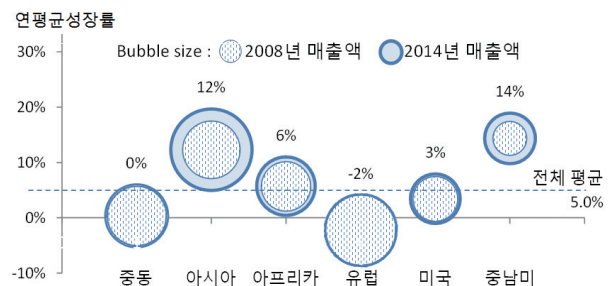


그림 1. 지역별 시장규모와 연평균성장률

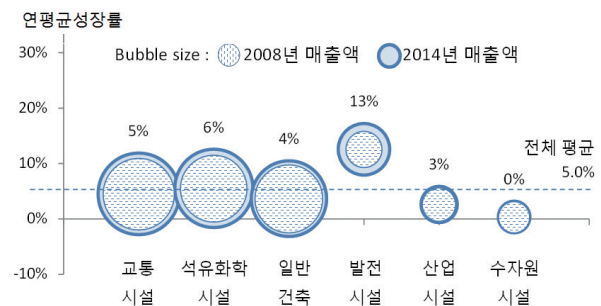


그림 2. 건설상품별 시장규모와 연평균성장률

지역별 성장 차이에 따른 영향은 기업의 국적별 비교에서 확인된다. 기업의 국적별 연평균 매출성장률(〈그림 3〉)에서 평균(5%)보다 낮은 성장률을 보인 기업들은 미국, 프랑스, 독일, 영국, 일본 국적의 기업들이다. 이들 기업은 앞선 기술력을 기반으로 유럽 및 미국을 주요 진출 시장으로 하고 있다. 반면 10% 이상의 높은 연평균성장률을 보인 기업들은 스페인, 중국, 한국, 터키 국적의 기업들이었다. 이 중 스페인은 대형 인수합병으로 높은 성장률이 나타났지만, 그 외 중국, 한국, 터키 국적 기업들은 글로벌 금융위기 이후에도 성장세를 유지해온 아시아, 중남미, 아프리카 등의 신흥국 시장 진출로 성장했다. 글로벌 금융위기 이후 세계 경제의 성장을 신흥국이 지탱해왔던 것과 같이 해외 건설시장에서도 신흥국 건설시장이 성장세를 유지하였으며, 이들 국가를 대상으로 지역다변화를 진행해온 기업들은 주목할만한 성과를 얻었다고 할 수 있다.

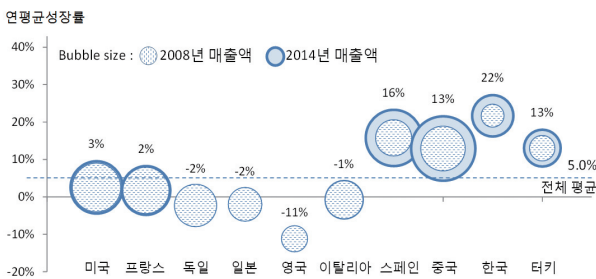


그림 3. 기업의 국적별 매출규모와 연평균성장률

III. 사업다각화의 수준과 해외 매출의 관계

글로벌 건설기업의 해외 사업다각화에 따른 성과는 다각화수준과 매출의 상관관계 분석을 통해 유추해보고자 하였다. 기업의 다각화수준은 ENR에서 제시하는 건설상품 분류¹⁾를 사용하여 영위사업 수와 엔트로피지수로 측정하였다. 영위사업 수는

기업이 매출을 기록한 사업 수를 단순 합계하며, 엔트로피지수는 사업별 매출 비중을 사용하여 계산한다.²⁾

분석 결과, 해외 사업의 다각화수준과 해외 매출의 상관관계는 유의한 수준에서 상관성을 보여주었다. 상관계수에 대한 판단은 연구자마다 다르지만, 일반적으로 0.3 이상이면 관련성을 가지고 있다고 보고 있으며, 본 연구도 상관계수 0.3 이상에 대하여 상관관계가 있다고 판단하였다. 〈그림 4〉에서 분석된 전체 기업의 상관계수는 0.3 이상을 유지하고 있으며, 영위하는 사업 수가 많은 기업일수록 매출도 크다는 관계를 보여준다. 사업의 비중이 고려되는 엔트로피지수는 영위사업 수보다 낮은 상관관계를 보였지만 대체로 0.3 이상의 값을 가지고 있었다.

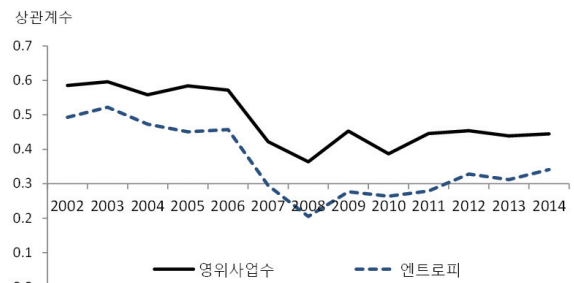


그림 4. 전체 기업의 상관계수

주력 사업에 따라 기업을 구분하고 상관관계 분석을 진행한 경우에도 유의한 결과가 나타났다. 본 분석에서는 기업 매출의 50%이상을 차지하는 사업을 주력사업으로 정의하였으며, 기업을 건축 주력, 토목 주력, 플랜트 주력 기업으로 구분하였다.³⁾ 다각화수준과 매출 간에 밀접한 상관관계가 나타난 기업군은 건축과 토목 주력 기업군이었다. 이들 기업의 상관관계는 점차 줄어들었으나, 여전히 높은 상관관계를 보이고 있었다. 반면 플랜트 주력 기업군은 0.3 이하의 낮은 상관계수를 보였으며, 플랜

1) ENR에서는 건설상품을 일반건축(General Building), 제조시설(Manufacturing), 교통시설(Transportation), 상수시설(Water Supply), 하수시설(Sewer/Waste), 산업시설 및 석유시설(Industrial/Petroleum), 발전시설(Power), 위해폐기물처리시설(Hazardous Waste), 통신시설(Telecom)의 9가지로 제시하고 있다. 이 중 상수시설과 하수시설의 구분은 수자원시설(Water/Sewer Waste)로 통합하고, 9가지 분류에 포함되지 않은 상품에 대해 기타(other)의 항목을 추가하였다. 최종적으로 9개의 상품 분류를 사용하였다.

2) 영위사업 수는 매출 비중과 관련 없이 사업의 수만 사용하는 것으로, 사업 간의 상대적인 비중을 무시하는 단점이 있지만, 직관적인 지수라는 장점을 가진다. 엔트로피지수는 기업 내 사업의 매출 비중과 매출 비중의 역수에 대한 자연로그 값을 가중치로 사용한다. 진출 사업의 비중을 고려하여 다각화수준을 측정할 수 있다는 장점을 가지며, 도출식은 아래와 같다.

$$Entropy = \sum_{i=1}^N P_i \ln \frac{1}{P_i}$$

N = 기업의 사업 수, P_i = 전체 매출에서 차지하는 i번째 사업의 매출 비중

3) 건설상품 중 일반건축과 제조시설의 매출이 50%를 넘는 기업은 '건축 주력 기업군', 교통시설과 수자원시설의 매출이 50%를 넘는 기업은 '토목 주력 기업군', 석유화학 및 산업시설과 발전시설의 매출이 50%를 넘는 기업은 '플랜트 주력 기업군'으로 구분하였다.

트를 주력 사업으로 하는 기업들은 사업다각화와 매출 사이에 관련성이 없다고 판단할 수 있다. 한편, 분석결과와 해석에서는 상관관계가 인과관계를 설명하지 못한다는 점에 유의해야한다. 기업이 사업다각화를 추진하여 매출이 증대한 것인지, 매출이 증가하자 사업다각화를 추진한 것인지를 알지 못한다는 것이다. 상관관계는 다만 다각화수준이 높을수록 기업 규모(매출)도 크다는 상관성만을 보여준다.

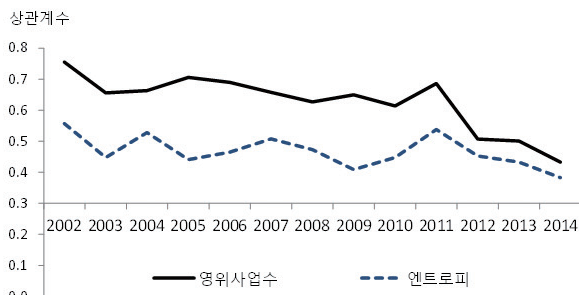


그림 5. 건축 주력 기업의 상관계수

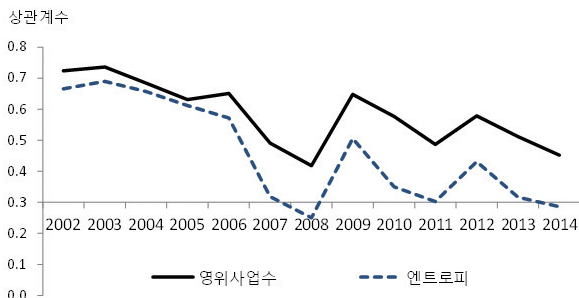


그림 6. 토목 기업의 상관계수

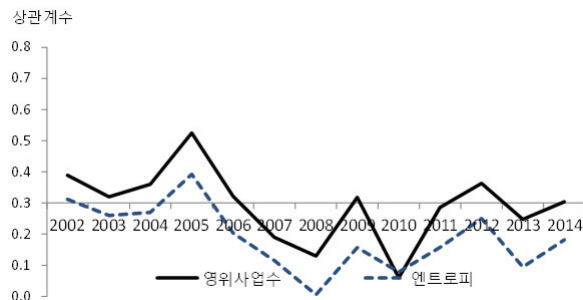


그림 7. 플랜트 주력 기업의 상관계수

IV. 사업다각화 수준별 경영성과

다음으로 해외 사업의 다각화수준이 기업의 성장이나 수익에 어떤 영향을 주는지 분석하였다. 먼저 다각화수준에 따라 기업을 구분하였는데, 엔트로피지수를 사용하여 지수가 0.4미만일

때 다각화 '수준1', 0.4이상 0.8미만에서 '수준2', 0.8이상 1.2 미만에서 '수준3', 1.2이상의 경우 '수준4'로 기업을 구분하였다. 기업의 성장성은 전년대비 매출성장률로 파악하였으며, 2008년 이후부터 2년 단위로 조사하였다. 분석 대상은 ENR 'The Top 250 International Contractors'에 수록된 기업 중 전년 대비 매출성장률, 당해 연도 수익률, 당해 연도 다각화수준을 구할 수 있는 48개 기업으로 하였다.

48개 분석 기업의 전년대비 매출성장률 평균은 36%(2008년), 5%(2010년), 20%(2012년), 3%(2014년)였으며 해외 건설시장의 규모 변화와 유사한 추세를 보였다. 이 기간 해외 건설시장의 규모는 26%(2008년), 0%(2010년), 13%(2012년), -4%(2014년)으로 변화하였다. 분석 기업은 부침이 큰 해외 건설시장에서 2008년부터 2014년까지 꾸준히 경영성과를 공시하고, ENR 250대 순위에 진입해온 기업들로 해외 건설기업들의 평균보다 양호한 성과를 보이고 있었다.

분석 기업들의 전년대비 매출성장률은 <그림 8>과 같이 다각화수준1 기업군에서 가장 높았다. 수준1 기업군은 해외 건설시장이 0%의 성장률을 기록했던 2010년에도 11%의 성장률을 보였으며, 2014년에도 6.8%의 매출성장률이 나타났다. 다각화수준이 높은 수준3과 수준4의 기업군은 전체 평균과 유사한 수준의 성장률을 보였으며, 가장 낮은 성장세는 수준2의 기업에서 나타났다.

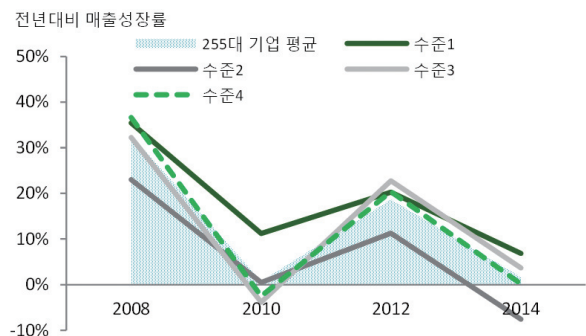


그림 8. 다각화수준별 전년대비 매출성장률

수익률에는 환경변화에 따른 영향이 매출성장률보다 뒤늦게 반영되고 있었다. 2008년 금융위기에 따른 영향은 2010년 매출에 나타났으며, 수익률은 <그림 9>와 같이 2012년에 반영되었다. 수익률에서도 다각화수준이 낮은 기업군은 가장 좋은 성과를 보였다. 매출성장률과 수익률에 대한 분석을 종합하면 다각화수준이 낮은 전문기업의 경영성과가 가장 우수했다. 하지만 최근의 수익률 변화 추이는 전문기업의 성과가 점차 낮아지고 있음을 보여주었으며, 기업의 다각화 전략 수립에는 이와

같은 최근의 변화가 고려되어야 한다. 2014년 해외 사업을 수행하는 건설기업들의 수익률은 다각화수준이 높은 기업군(수준3과 수준4)에서 향상되고 있는 것에 반해, 다각화수준이 낮은 기업군(수준1과 수준2)에서는 하락하는 경향이 나타났다.

기적인 고성장보다도 기업의 지속성을 위한 전략을 마련해야 할 것이며, 사업다각화는 주력 시장의 침체 속에서 기업의 안정적인 운영을 위한 방안으로 고려될 필요가 있다.

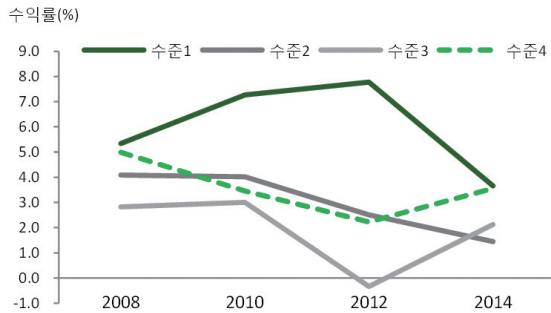


그림 9. 다각화수준별 당해 연도 수익률

각 기업군에 속한 기업들을 살펴보면, 다각화 수준4에는 GRUPO ACS, HOCHTIEF, VINCI 등 매출 상위권 기업들이 포함되어있다. 수준2에는 FLUOR, ROYAL BAM, 수준3에는 STRABAG, BOUYGUES 등 토목과 건축 사업의 비중이 큰 기업들이 속해있다. 그리고 우수한 경영성과를 보인 수준1에는 SAIPEM, TECHNIP, PETROFAC 등 플랜트를 주력으로 하는 기업들이 대다수를 차지하고 있었다. 즉, 수준1의 기업군은 전문화와 고수익이라는 플랜트 기업의 특성과 상대적으로 성장세가 높았던 플랜트 시장의 환경 특성이 반영되어 있다고 할 수 있다. 따라서 플랜트 시장의 규모 성장이 축소되고 경쟁이 치열해지고 있는 2014년에는 수준1 기업군의 매출성장률 및 수익률도 감소하고 있는 것으로 판단된다.

V. 결론

2016년의 해외 건설시장은 저유가와 신흥국 중심의 위기 등 기존과 달라진 환경에 적응한 기업들이 살아남는 시기가 될 것이다. 이미 저유가는 플랜트 건설기업의 규모 감소와 수익성 악화 등으로 이어지고 있다. 최근의 다각화수준별 매출성장률과 수익률 추이는 고성과를 보여 온 플랜트 전문기업의 성과가 낮아지고 있음을 보여주며, 해외 플랜트를 주력 사업으로 하는 우리나라 건설기업들의 당면 문제를 드러내고 있다. 기업이 다각화를 추진하는 주요 동기 중 하나는 경기순환주기(business life cycle)가 각기 다른 시장에 참여하여 기업 경영의 안정을 꾀하는데 있다. 향후 급변하는 환경에 유연히 대처하기 위해서는 단